

SISÄISEN VIESTINNÄN KEHITTÄMINEN IIN AUTOKEITAALLA

Lehtola Erika

Opinnäytetyö
Matkailu- ja ravitsemisala
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Restonomi AMK

2016

Matkailu- ja ravitsemisala
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Restonomi

Tekijä	Erika Lehtola	Vuosi	2016
Ohjaajat	Mervi Angeria ja Merja Vankka		
Toimeksiantaja	lin Autokeidas		
Työn nimi	Sisäisen viestinnän kehittäminen lin Autokeitaalla		
Sivu- ja liitesivumäärä	34 + 5		

Opinnäytetyön aiheena oli sisäinen viestintä. Työn toimeksiantajana oli lin Autokeidas ja yhteyshenkilönä lin Autokeitaan liikenneasemapäällikkö Hannes Kortessalmi. Työn tehtävänä oli lin Autokeitaan sisäisen viestinnän nykytilan karttaminen sekä kehittäminen. Tavoitteena oli laatia sisäisen viestinnän suunnitelma työntekijöiden ja esimiehen toivomuksia kuunnellen sekä tietoperustaa apuna käyttäen.

Opinnäytetyön tietoperustassa avataan sisäisen viestinnän käsitettä, tehtäviä ja tavoitteita. Siinä käydään läpi erilaisia sisäisen viestinnän kanavia sekä niiden valintaan vaikuttavia asioita. Tietoperustassa käsitellään myös sisäisen viestinnän sisältöä, suunnittelua ja kehittämistä.

Työntekijöiden tyytyväisyyttä nykyiseen sisäiseen viestintään sekä mahdollisia kehitysideoita selvitettiin järjestämällä heille ideariihi. Työntekijät saivat ideoida viikon ajan kahvihuoneen seinälle. Heidät saatiin syventymään aiheeseen paremmin keskustelemalla ja esittämällä tarkentavia kysymyksiä heidän ideoistaan. Lisäksi esimiestä haastateltiin ja hänen kanssaan käytiin läpi työntekijöiltä syntyneitä ideoita.

Tuloksista selvisi, että lin Autokeitaan työntekijät eivät ole täysin tyytyväisiä nykyiseen sisäiseen viestintään. Kehittämistä on heidän mielestään muun muassa palautteen antamisessa ja palaverien pidossa. Yrityksessä on koettu ajoittain tiedonpuutetta tärkeistä asioista. Työn tuloksena syntyi alustava sisäisen viestinnän suunnitelma lin Autokeitaalle. Siinä on kehitysideoita sekä toimintaehdotuksia muun muassa säännöllisten palaverien ja kehityskeskustelujen pitämisestä. Suunnitelmaa täytyy kehittää säännöllisin väliajoin.

Avainsanat sisäinen viestintä, viestintäkanavat, viestintätyytyväisyys, viestintäsuunnitelma

Tourism and Catering Services
Degree Programme in Hospitality
Management
Bachelor of Hospitality Management

Author	Erika Lehtola	Year	2016
Supervisor	Mervi Angeria and Merja Vankka		
Commissioned by	lin Autokeidas		
Subject of thesis	Development of internal communication in lin Autokeidas		
Number of pages	34 + 5		

The topic of the thesis was internal communication. This thesis was ordered by restaurant and gas station lin Autokeidas and Hannes Kortessalmi business manager of Autokeidas acted as a contact person. The purpose of this thesis was to find out the current situation of internal communication in Autokeidas and how to develop internal communication within the organization. The target was to make internal communication plan listening to supervisor's and employees' wishes and conducting their knowledge.

In the informational background of the thesis, internal communication as a term is opened and its tasks and goals are clarified. Different channels and issues that affect to choice of internal communication are gone through. Also content, planning and developing of internal communication are covered in the informational background.

Satisfaction of employees to internal communication and possible ideas for improvements were investigated by organizing brainstorming session. Employees were able to innovate on a board in the coffee room for a week. They were gotten to go deeper into the topic by discussing with and asking more detailed questions about their ideas. In addition the supervisor was interviewed and new ideas from employees were gone through.

One of the findings was that employees are not fully satisfied with current internal communication. In their opinion there are issues to be developed in giving feedback and having meetings. Occasionally there has been experience of lack of knowledge on important matters. New plan on internal communication was arisen as the outcome of the thesis. There are suggestions for development ideas and procedures in it among others for having regular meetings and development discussions. The internal communication plan has to be developed regularly.

Keywords

internal communication, channels of communication, satisfaction with communication, communication plan

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 SISÄINEN VIESTINTÄ	7
2.1 Mitä sisäinen viestintä on?	7
2.2 Sisäisen viestinnän tehtävät ja tavoitteet	8
2.3 Sisäisen viestinnän kanavia	9
2.3.1 Viestintäkanavan valitseminen	9
2.3.2 Kahdenkeskinen viestiminen tärkein viestinnän kanava	10
2.3.3 Yhteiset tilaisuudet luovat yhteishenkeä	12
2.3.4 Kirjalliset kanavat edelleen tärkeitä	14
3 SISÄISEN VIESTINNÄN SISÄLTÖ	15
3.1 Päivittäisviestintä	15
3.2 Palautteen antaminen	15
3.3 Muutos- ja kriisiviestintä	17
3.4 Yhteistoimintalaki	19
3.5 Sisäisen viestinnän suunnittelu ja kehittäminen	20
4 IIN AUTOKEIDAS	22
4.1 Tietoa yrityksestä	22
4.2 Iin Autokeitaan sisäinen viestintä	23
5 TIETOJEN KERÄÄMINEN	25
5.1 Menetelmän valitseminen	25
5.2 Ideariihen toteuttaminen	25
6 IIN AUTOKEITAAN SISÄISEN VIESTINNÄN KEHITTÄMINEN	28
6.1 Työntekijöiden kehitysideat	28
6.2 Sisäisen viestinnän suunnitelma	29
7 POHDINTA	32
LÄHTEET	34
LIITTEET	35

1 JOHDANTO

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan yrityksen sisällä tapahtuvaa viestintää. Sitä on työntekijöiden sekä esimiehen ja työntekijän välillä. Sisäinen viestintä on tärkeää yrityksen toiminnan sujuvuuden kannalta. Hyvin toimivana se lisää työntekijöiden motivaatiota. Sisäisellä viestinnällä on merkittävästi vaikutusta myös yrityskuvaan (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 106).

Opinnäytetyöni aiheena on sisäinen viestintä ja sen kehittäminen. Valitsin tämän aiheen, koska pidän sitä tärkeänä restonomien työn kannalta. Olen kokenut, että sisäisessä viestinnässä olisi kehitettävää useilla työpaikoilla. Haluaisin oppia sisäisestä viestinnästä mahdollisimman paljon, jotta voisin itse tulevaisuudessa johtotehtävissä ollessani kiinnittää siihen tarpeeksi huomiota. Haluan, että pystyn vaikuttamaan tulevissa työpaikoissani sisäisen viestinnän toimimiseen.

Toimeksiantajani on lin Autokeidas ja yhteyshenkilönä lin Autokeitaan liikenneasemapäällikkö Hannes Kortesalmi. Tehtäväni on lin Autokeitaan sisäisen viestinnän kehittäminen. Selvitän ensin millaista sisäistä viestintää lin Autokeitaalla on, ja mitä kehittämistarpeita siellä on. Sen jälkeen annan tulosten perusteella kehittämisehdotuksia. Tavoitteena on kehittää lin Autokeitaan sisäistä viestintää työntekijöiden antamien palautteiden, esimiehen toiveiden sekä tietoperustan avulla. Työni tuloksena syntyy sisäisen viestinnän suunnitelma lin Autokeitaalle. Määrittelen suunnitelmassa, mistä asioista tulisi viestiä ja kuinka usein.

Olen työskennellyt lin Autokeitaalla sekä keskustellut paljon liikenneasemapäällikön kanssa. Koimme yhdessä tämän työn olevan hyvin tärkeä, sillä sisäisen viestinnän toimivuutta ei ole aiemmin selvitetty lin Autokeitaalla. Kehittämällä lin Autokeitaan sisäistä viestintää pyrin parantamaan siellä olevien työntekijöiden motivaatiota ja sitoutuneisuutta sekä saamaan työskentelyä sujuvammaksi.

Käsittelen työssäni erityisesti esimiehen ja työntekijöiden välistä viestintää sekä työntekijöiden keskinäistä viestintää. Ylempään johtoon en keskity tarkemmin tässä työssä. Sisäiseen viestintään kuuluvat olennaisesti myös rekrytointi ja

perehdyttäminen. Kaikkea ei kuitenkaan ehdi yhden opinnäytetyön aikana selvittää, joten sovimme toimeksiantajan kanssa, että keskityn lin Autokeitaalla tällä hetkellä työskentelevän henkilökunnan väliseen sisäiseen viestintään. Sisäisen viestinnän kanavia on nykyään hyvin paljon. Käsittelen opinnäytetyössäni yrityksen sisäisen viestinnän suullisia ja kirjallisia kanavia, jotka sopivat pk-yrityksiin, sillä toimeksianto-yritykseni on pk-yritys.

2 SISÄINEN VIESTINTÄ

2.1 Mitä sisäinen viestintä on?

Sisäinen viestintä on osa yrityksen kokonaisvaltaista viestintää. Kokonaisvaltaiseen viestintään kuuluvat myös markkinointiviestintä ja yritysviestintä, jotka ovat molemmat ulkoista viestintää. Näiden eri viestintätahojen tulisi olla yhdenmukaisia. Yrityksessä on tärkeää hoitaa sisäinen viestintä ensin kuntoon. Vanha sääntö opastaakin viestimään ensin sisäisesti ja vasta sen jälkeen ulkoisesti. (Isohookana 2007, 15–16.)

Yritys tarvitsee sisäistä viestintää, jos työntekijöitä on vähintään kaksi (Korteso, Patjas & Seppänen 2014, 158). Sisäiseen viestintään kuuluu kaikki viestintä, tiedonkulku ja vuorovaikutus työntekijöiden ja organisaation välillä. Sisäinen viestintä on tehokasta, kun se on kaksisuuntaista. Ylimmän johdon täytyy sitoutua sisäiseen viestintään, osallistua viestinnän suunnitteluun sekä toimia tarvittaessa esimerkiksi artikkelin kirjoittajana tai puhujana. Sisäisen viestinnän täytyy olla linjassa ulkoisen viestinnän kanssa ja päinvastoin, jotta työntekijöiden ei tarvitse kuulla ulkoisen viestinnän kautta organisaation tapahtumista. (Korhonen & Rajala 2011, 83.)

Sisäisessä viestinnässä keskeisenä osana on usein muutoksen hallinta. Erityisesti tilanteissa, joissa aiheutuu epävarmuutta työntekijöille, voidaan tehokkaalla sisäisellä viestinnällä viedä muutokset läpi. Jos sisäinen viestintä on avointa ja hyvin hoidettua, se sitouttaa, motivoi ja innostaa työntekijöitä. (Korhonen & Rajala 2011, 84.)

Lukuisissa tutkimuksissa on todettu, että työtyytyväisyys ja tyytyväisyys yrityksen sisäiseen viestintään vaikuttavat toisiinsa. Kun työntekijä on tyytyväinen sisäiseen viestintään, hän on usein tyytyväinen ja sitoutunut työyhteisöönsä. Tämä toimii myös toisin päin. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106.)

Työyhteisön sisäinen viestintä kärsii organisaation jatkuvan kiireen vuoksi. Vuorovaikutukselle ei ole usein tarpeeksi aikaa, joten kommunikaatiota työntekijöiden sekä esimiehen ja alaisten välillä on liian vähän. Lisäksi kommunikaation laatu voi kärsiä kovassa kiireessä ja stressissä. Organisaatiossa ei kuitenkaan

olisi varaa keskinäisen kommunikaation heikkenemiseen. Nykyään työelämä on yhä enemmän tiimityötä, ja työntekijät tarvitsevat toisiaan voidakseen saavuttaa organisaatiotason menestystä. Michael Cavanagh, positiivisen psykologian professori, sanoo organisaation rakentuvan vuorovaikutussuhteista ja vuorovaikutuksen laadun ratkaisevan menestyksen ja onnistumisen. (Rytikangas 2011, 60.)

Nykyään sisäisen ja ulkoisen viestinnän raja on hämärtynyt. Viestintä on integroitunut, joten kaikkien yrityksen sisäistä ja ulkoista viestintää harjoittavien tulisi muodostaa kokonaisuus. Yrityksen markkinointi- ja tiedotusfunktioiden viestien koordinoiminen on osa viestinnän integroitumista. Sisäisen viestinnän on ajateltu aikaisemmin kuuluvan vahvasti henkilöstöhallintoon. Nykyään sillä on laajempi rooli: sisäistä viestintää pidetään tärkeänä osana johtamista ja esimiestyötä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 103–106.)

2.2 Sisäisen viestinnän tehtävät ja tavoitteet

Sisäisen viestinnän tehtävä on yrityksen sisäisten vuorovaikutussuhteiden hoitaminen sekä yrityksen sitominen toimivaksi kokonaisuudeksi. Sen tavoitteena on henkilöstön sitouttaminen ja motivoiminen yrityksen tavoitteiden saavuttamiseksi. Sisäisen viestinnän avulla voidaan vaikuttaa myös yrityskulttuuriin ja yrittäjäidentiteettiin. (Isohookana 2007, 15–16; Korhonen & Rajala 2011, 83.)

Sisäisen viestinnän tavoitteet karkeasti jaoteltuna ovat tiedonkulku, vuorovaikutus sekä sitoutuminen. Sisäisen viestinnän avulla saadaan kaikille työntekijöille heidän tehtäviensä suorittamiseen tarvitsema tieto tai voidaan varmistaa, että tieto on etsittävässä helposti. Viestinnän avulla pyritään vaikuttamaan siihen, että jokainen työntekijä näkisi oman työnsä merkityksen kokonaisuudessa. Tämä tehtävä on tärkeää erityisesti perehdyttäessä uusia työntekijöitä. Siihen on kuitenkin pyrittävä jatkuvasti vaikuttamaan. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106.)

Toisena tavoitteena sisäisessä viestinnässä on avoimen vuorovaikutuksen luominen ja ylläpitäminen. Näin voidaan edistää yrityksen me-henkeä sekä halua työn tekemiseen. Avoimessa vuorovaikutuksessa viestit kulkevat esteettömästi johdolta alaisille ja päinvastoin sekä myös eri toimipisteiden, työryhmien, yksi-

köiden ja henkilöiden välillä. Avoimuutta on myös se, että kerrotaan rehellisesti asiat, syyt ja seuraukset. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106–107.)

Kolmas tavoite sisäisellä viestinnällä on yrityksen vision, strategian ja arvojen tukeminen. Tämä on erityisesti johdon tehtävä. Esimiehen tulisi kertoa henkilökunnalle yrityksen tavoitteista ja tuloksista sekä suunnitelmista ja tulevaisuuden näkymistä. Yrityksen vision toteutumiseksi ihmisten tulisi ymmärtää se, uskoa siihen ja haluta toteuttaa sitä. Jotta työntekijät saadaan sitoutumaan työhönsä, ei riitä, että tieto vain annetaan. Pitää huolehtia, että tieto ymmärretään ja hyväksytään. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 107.)

Toimiva sisäinen viestintä parantaa työntekijöiden motivaatiota. Työn motivaatiotekijöitä on ulkoisia ja sisäisiä. Ulkoisia motivaatiotekijöitä saadaan ulkopuolelta. Näitä ovat esimerkiksi palkka, ylennykset, palkankorotukset, hyväksytyksi tuleminen, päätöksen tekoon osallistuminen sekä vallan saaminen ja antaminen. Sisäiset motivaatiotekijät ovat sellaisia, joita ihminen tuntee itse sisällään. Sisältöpäin tuleva motivaatio on pysyvämpää. (Rytikangas 2011, 51.)

2.3 Sisäisen viestinnän kanavia

2.3.1 Viestintäkanavan valitseminen

Sisäisen viestinnän kanavia on monenlaisia. Perinteisten kanavien lisäksi käytävissä on paljon uusia kanavia. Fyysinen työtila on jo itsessään viestinnän kanava, jossa viestitään sekä suunnitellusti että spontaanisti. Suunniteltuja viestintätilanteita ovat esimerkiksi kokoukset. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 67.) Keskityn tässä työssä enemmän kirjallisiin ja suullisiin kanaviin. Sähköiset kanavat eivät ole niin tärkeitä toimeksiantoyritykselleni. Esittelen joitakin sisäisen viestinnän kanavia, jotka voisivat sopia myös toimeksiantoyritykselleni.

Tiedottamisen kanavan ja esiintymistavan valintaan vaikuttavat sanoman sisältö, kiireellisyys ja kohderyhmä. Kortesuon ym. (2014, 182) mukaan julkaisukanava on kuitenkin toissijainen – tärkeintä on viestiessään tavoittaa vastaanottaja. Viestinnän eri kohteina voivat olla yksi henkilö, työryhmä, yksikkö, koko yritys tai konserni. Yrityksellä olisi tärkeä olla keinoja viestiä erilaisissa tilanteissa. Joskus on viestittävä nopeasti, tosiaikaisesti ja asian ytimestä kertovasti.

Joskus tarvitaan puolestaan nopeaa viestintää, joka kertoo hieman tarkemmin ajankohtaisista asioista. Voidaan tarvita myös syvällisempää, tapahtumien ja asioiden taustoista kertovaa viestintää. Arvostetuin ja tehokkain viestinnän kanava on henkilökohtainen keskustelu. Kasvokkain tapahtuvaa viestintää eivät voi korvata parhaimmillaan välineet. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 109.)

2.3.2 Kahdenkeskinen viestiminen tärkein viestinnän kanava

Tutkimusten mukaan tärkeimpänä tiedonlähteenä pidetään omaa esimiestä. Häneltä odotetaan saatavan tietoa lähes jokaisessa tilanteessa. Esimiehen ja alaisen välinen viestintä onkin kaiken sisäisen viestinnän perusta. Tiedottajan tehtävänä on koko yhteisöä koskevan tiedon välittäminen koko henkilöstölle samassa muodossa. Esimies räätälöi ja suhteuttaa nämä tiedot omalle yksikölle eli kertoo, mitä tiedot merkitsevät käytännössä yksikön kannalta. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110.)

Esimiehen viestintätaidot joutuvat koetukselle ikäviä asioita esille otettaessa. Vaikeissa tilanteissa auttavat rehellisyys, avoimuus sekä myönteinen ihmiset huomioon ottava asenne. Niiden avulla saavutetaan parhaiten kohtalaisen hyvä lopputulos. Vaikeista asioista tulisi keskustella aina kahden kesken. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110.)

Esimiehen vastuulla on usein työntekijän perehdyttäminen tai perehdytyksen järjestäminen. Lisäksi hän käy säännöllisesti alaistensa kanssa palaute- ja kehityskeskusteluja, jotka liittyvät työhön ja urakehitykseen. Nämä keskustelut sovitetaan ja suunnitellaan ennalta, ja ne tapahtuvat säännöllisin väliajoin. Usein ne dokumentoidaan, jotta sovittujen toimenpiteiden toteutumisesta voidaan arvioida seuraavassa keskustelussa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110.) Kehityskeskusteluissa laaditut muistiot ovat luottamuksellisia. Lomakkeet täytyy hävittää työntekijän työsuhteen päättyessä. Lähimmän esimiehen vaihtuessa lomakkeet annetaan uudelle esimiehelle molempien osapuolten annettua tähän ensin suostumuksensa. (Lindholm & Salminen 2014, 246.)

Lindholmin ja Salmisen mukaan kehityskeskustelut ovat systemaattisia prosesseja. Niiden avulla käydään organisaation eri tahojen välillä rakentavaa ja avointa keskustelua. Keskustelun aiheena ovat organisaation tila, tavoitteet se-

kä kehittämistarpeet. Kehityskeskusteluprosessin tärkeänä osana on luottamuksellisen ja henkilökohtainen esimiehen ja työntekijän välinen vuoropuhelu, jossa käsitellään työhön liittyviä asioita. (Lindholm & Salminen 2014, 17.)

Kehityskeskustelut kuuluvat useissa organisaatioissa ja yrityksissä luonnollisena osana palautejärjestelmään, työn hyvinvoinnin ja tuloksellisuuden seurantaan sekä työn osaamiseen ja kehittämiseen. Keskusteluja kutsutaan myös esimies-alaiskeskusteluiksi, tavoite- ja tuloskeskusteluiksi tai arviointi- ja palauttekeskusteluiksi. Näissä kaikissa on suurin piirtein sama tarkoitus. (Rauramo 2008, 157.)

Hyvin toteutettuina kehityskeskustelut vaikuttavat myönteisesti moneen asiaan työyhteisössä: ne lisäävät työntekijöiden motivaatiota ja sitoutumista sekä arvostuksen tunnetta. Lisäksi ne selventävät päämääriä ja tavoitteita sekä auttavat kehittymään työssä ja toiminnan suunnittelussa. Jatkuvalle ja suunnitelmallisella kehittämisellä edistetään työntekijöiden työhyvinvointia ja vaikutetaan samalla koko yrityksen menestymiseen (Kortesuo ym. 2014, 173). Kehityskeskustelut luovat positiivista ilmapiiriä sekä selkiyttävät rooleja ja vähentävät stressiä. Lisäksi ne mahdollistavat palautteen antamisen ja tulosten tarkastelemisen. (Rauramo 2008, 158.)

Jotta kehityskeskustelut voisivat toimia hyvin, tarvitaan riittävästi aikaa, rauhallinen ympäristö sekä avointa, arvostavaa ja luottamuksellista ilmapiiriä. Lisäksi esimiehen tulisi ottaa kuunteleva rooli. Tärkeää on myös se, että molemmat osapuolet valmistautuisivat huolellisesti etukäteen. Valmistautuminen voi olla esimerkiksi ajatusten ja kehittämistarpeiden kirjaamista omaan vastuualueeseen ja ryhmän tavoitteiden tukemiseen liittyen. (Rauramo 2008, 157; Kesti 2013, 93.) Työntekijöihin vaikuttaa se, kuinka paljon kehityskeskusteluihin panostetaan. Heitä on vaikea saada innostumaan, jos esimies ja johto eivät ole kiinnostuneita. Aktiivinen ajatusten ja ideoiden vaihto ei ole mielenkiintoista, jos keskusteluista ei koeta saavan konkreettista hyötyä. (Lindholm & Salminen 2014, 27.)

Onnistuneiden kehityskeskustelujen avulla voidaan saada työntekijät osallistumaan toiminnan kehittämiseen. Tutkimusten mukaan kaikki eivät kuitenkaan halua osallistua. Osa työntekijöistä pitää enemmän itsevaltaisesta johtamista-

vasta. He kokevat osallistumisvaatimuksen rasitteena. Kaikkien työntekijöiden tulisi kuitenkin sanoa mielipiteensä omaan työhön liittyen, sillä kukaan ei työskentele irrallaan muusta organisaation toiminnasta. Tutkimuksissa on todettu, että kehityskeskusteluille ei voida määritellä organisaation ulkopuolelta ainoaa oikeaa toimintatapaa. (Lindholm & Salminen 2014, 33–34.)

2.3.3 Yhteiset tilaisuudet luovat yhteishenkeä

Myös kokoukset ja palaverit ovat osa jokaisen yrityksen arkea. Osa kokouksista on virallisia ja toiset vapaamuotoisempia. Kokouksissa istuminen on kallista yritykselle, kun työntekijät ovat poissa töistä. Tehokkaalla ja inspiroivalla kokouksella voidaan saada kuitenkin asioita etenemään ja osallistujia motivoitumaan. (Kortesuo ym. 2014, 164.)

Yksikkökokous on säännöllisin väliajoin pidettynä tehokas viestinnän kanava. Kokouksessa käsiteltävät asiat ovat yleensä ajankohtaisia ja ne liittyvät päivittäiseen työhön. Kokoontumisia tulisi olla siis melko usein, kuten kerran viikossa. Silloin ei ehdi syntyä tietovajetta ja voidaan ehkäistä puskaradion toimintaa. Kokouksen etuna on kasvokkain tapahtuva viestintä. Kokouksissa välittyvät viestit myös sanattomasti, ja siellä voidaan antaa ja saada palautetta välittömästi. Tutussa ympäristössä uskalletaan mielipiteitä vaihtaa paremmin, sillä asioita voidaan käsitellä luottamuksellisesti ja epämuodollisesti. Kokouksien tehokkuutta voidaan lisätä tiedottamalla käsiteltävistä asioista etukäteen, jotta jokainen voi valmistautua kokoukseen miettimällä omaa kantaansa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110.)

Neuvottelut ja palaverit ovat vapaamuotoisempia kuin kokoukset. Menettelytavat sovitaan osapuolten kesken jokaisen neuvottelun tai palaverin alussa, mutta näihin muotoutuu ajan myötä myös yleisiä käyttäytymistapoja. Jos osallistujia on paljon, voi myös neuvottelussa ja palaverissa olla puheenjohtaja tai vetäjä. Keskustelu on silti vapaamuotoisempaa kuin kokouksessa. Neuvottelussa päätetyistä asioista kirjoitetaan sopimus tai muistio. Myös palaverista kannattaa kirjoittaa muistio, jotta voidaan tarvittaessa tarkistaa mitä asioista on sovittu. Neuvottelussa ja palaverissa pyritään keskustelun avulla pääsemään kaikkia tyydyttävään ratkaisuun, joten niissä ei siis äänestetä. Neuvottelu ja palaveri

eroavat toisistaan lähinnä siitä, että palaveri mielletään yleensä lyhytkestoisemmaksi ja epävirallisemmaksi kuin neuvottelu. Lisäksi neuvottelussa tehtyjä päätöksiä pidetään usein sitovampina kuin palaverin päätöksiä. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 197.)

Sisäisen viestinnän tiedotustilaisuudesta käytetään yleensä nimeä info. Ulkoisia tiedotustilaisuuksia kutsutaan puolestaan tiedotustilaisuuksiksi. Viikkotiedotteessa kerrotaan usein sisäisiä tiedotettavia asioita kirjallisesti, mutta monessa yrityksessä ajankohtaiset asiat ja uutiset kerrotaan henkilöstöpalaverissa suullisesti. Erillinen infotilaisuus kannattaa kuitenkin järjestää, jos kyseessä on erityisen iso asia. Infotilaisuudessa kannattaa huolehtia, että tunnelma ei ole liian virallinen. (Kortesuo ym. 2014, 175–177.)

Koulutustilaisuudessa saadaan tehokkaasti vietyä tieto suuremmalle joukolle. Jotta koulutus olisi tehokkaampaa, kannattaa ohjelma suunnitella niin, että koulutettavat osallistuvat aktiivisesti pohtimiseen, ideoimiseen ja keskustelemiseen. Koulutustilaisuudet kuuluvat usein myös uusien työntekijöiden perehdytysohjelmaan. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 111.) Erilaisia koulutustilaisuuksia on mahdollista ostaa myös oman yrityksen ulkopuolelta.

Yrityksissä järjestettävät juhlat, liikuntapäivät, seikkailuretket ja niin sanotut kick-off-tapahtumat ovat tärkeä osa yrityksen sisäistä viestintää. Niiden tavoitteena on me-hengen luominen, palkitseminen, motivoiminen sekä sitouttaminen. Epävirallisissa tilaisuuksissa ihmiset voivat tutustua paremmin toisiinsa, ja sen myötä yhteistyö sujuu paremmin työn arkirutiineissa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 111.)

Monet liikuntapaikat mainostavat yrityksen toiveiden mukaan järjestettäviä liikuntapäiviä. Yritysten on mahdollista vuokrata esimerkiksi liikunta- ja saunatiloja. Esimerkiksi Lounais-Suomen Liikunta ja Urheilu ry sekä Jumissa Ay järjestävät yhteistyössä tapahtumia, jossa liikutaan, testataan kuntoa, ajetaan maasto-autosafarilla, syödään, saunotaan sekä nautitaan paljasta. Tätä mainostetaan otsikolla ”lihas- ja hevosvoimia työyhteisölle”. (Liiku 2016.) Erilaisten tapahtumien tarjontaa on nykyään hyvin paljon, joten jokaiselle yritykselle löytyy varmasti mieluista tekemistä.

2.3.4 Kirjalliset kanavat edelleen tärkeitä

Tiedote on yksi viestinnän perustyökaluista. Hyvässä tiedotteessa kerrotaan kaikki olennainen eikä mitään turhaa. Se on lyhyt ja napakka teksti, jotta pääasia jäisi parhaiten lukijan mieleen. Tiedotteen laatijan tulee ensin selvittää itselleen, millaisen vaikutuksen hän haluaa saada aikaan vastaanottajassa. Kun kirjoittaja tietää selkeästi tavoitteen ja pääasian, hän voi välittää ne lukijalle. Tiedotteessa tulisi näkyä aihe jo otsikosta. Pääasia kerrotaan ensimmäisessä kappaleessa ja tärkeät yksityiskohdat sekä perustelut muissa kappaleissa. Tiedotteen lopussa on lisätietojen antaja. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 112; Juholin 2013, 223–224.)

Monissa yrityksissä on korvattu paperitiedotteet lähes kokonaan sähköisillä tiedotteilla. Sähköiset tiedotteet kulkevat yleensä sähköpostin välityksellä. Ne voivat olla joko sähköpostin tekstinä tai liitetiedostona. Joissakin yrityksissä taas sama tiedote jaetaan sekä paperiversiona että sähköisessä muodossa, jos kaikki työntekijät eivät työskentele tietokoneen ääressä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 112.)

Perinteisen ilmoitustaulun merkitys on vähentynyt monissa yrityksissä verkkoviestinnän vuoksi. Ilmoitustauluja on edelleen yrityksen tiloissa, mutta niillä on usein pysyviä ohjeita, kuten esimerkiksi toimintaohjeet hälytystilanteeseen ja kopioita kiinnostaviksi koetuista lehtijutuista. Yrityksissä, jossa merkittävällä osalla henkilöstöä ei ole sähköisiä välineitä käytössään, ilmoitustaulut ovat edelleen tärkeä tiedotuspaikka. Sinne laitetaan verkosta tulostettuja tiedotteita esille. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 113; Juholin 2013, 223.) Sähköinen ilmoitustaulu on kätevä, mutta kallis sisäisen viestinnän väline.

Ilmoitustaulun rakenteen suunnittelemiseen kannattaa panostaa, jotta taulusta ei tulisi erilaisten lippusten ja lappusten sekavaa kokoelmaa. Tiedotteet olisi hyvä jakaa esimerkiksi pysyviin ja muuttuviin. Toinen vaihtoehto on jakaa ilmoitustaulu otsikoiden mukaan, kuten muun muassa henkilöstöasiat, lomat ja vapaa-aika. Jotta ilmoitustaulu pysyisi ajankohtaisena, voidaan sopia kuinka kauan yksi tiedote voi olla taululla. (Juholin 2013, 223.)

3 SISÄISEN VIESTINNÄN SISÄLTÖ

3.1 Päivittäisviestintä

Päivittäisviestinnällä tarkoitetaan jokapäiväisissä tehtävissä ja velvoitteissa suoriutumiseen tarvittavaa tiedonvaihtamista ja keskustelua. Päivittäisviestinnän piiriin vaikuttaa suuresti organisaation luonne ja asema. Päivittäisviestinnästä käytetään myös nimitystä arkiviestintä, työviestintä ja perustoimintojen tuki. Päivittäisviestintä voi olla sekä muodollista että vapaamuotoista ja kaikkea siltä väliltä. Hyvin toimivan päivittäisviestinnän avulla voidaan saada prosessit ja palaute toimimaan ja asiat hoidettua. Päivittäisviestintään sisältyvät ohjeet, sopimukset, pelisäännöt ja toimintatavat. (Juholin 2013, 55–56.)

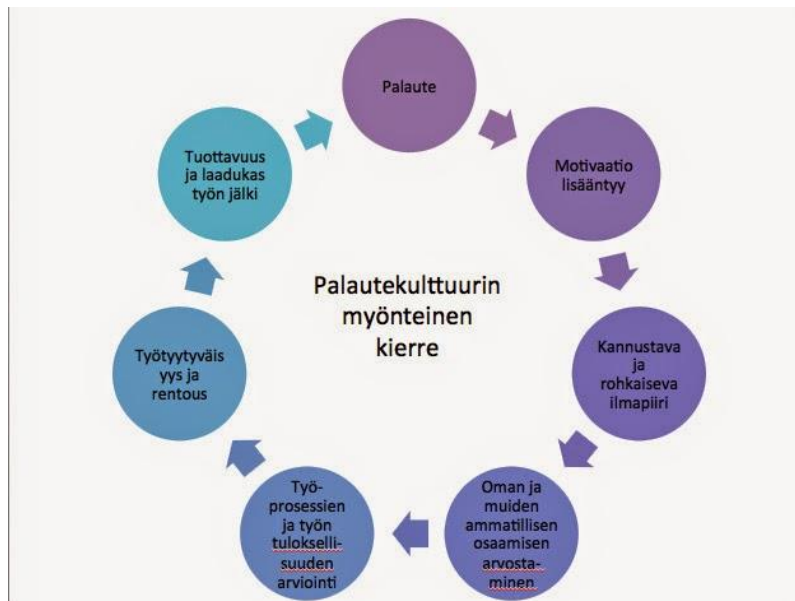
Avoimuudella, hyvällä yhteishengellä sekä rennolla tunnelmalla voidaan lisätä päivittäisviestinnän sujuvuutta. Salailulla ja kilpailuhenkisyysellä sitä puolestaan vaikeutetaan. Päivittäistä keskinäisviestintää ei ole aina helppo erottaa esimiestyöstä, asiantuntijatyöstä tai johtamisesta. Esimiehen antamat työohjeet, -määräykset ja toimeksiannot ovat sekä viestintää että johtamista. Työsuoritukseen ja tuloksiin vaikuttavat viestintätapa ja -tyyli. (Juholin 2013, 56–57.)

3.2 Palautteen antaminen

Palautteen antaminen kuuluu tärkeimpiin ja herkimpiin viestintätilanteisiin. Negatiivisen ja positiivisen palautteen antaminen täytyy aina hoitaa kunnialla. Palautetta annetaan tyypillisesti kehityskeskusteluissa, vaikka sitä tulisi antaa jatkuvasti eikä esimerkiksi vain kerran vuodessa. Lindholmin ja Salmisen mukaan kehityskeskustelut sopivat kuitenkin erinomaisesti hyvästä toiminnasta kiittämiseen. Heidän mukaansa kiitosta voi antaa hyvän työskentelyn lisäksi henkilön kehittymisestä ja työyhteisöön myönteisesti vaikuttamisesta. (Kortesuo ym. 2014, 173; Lindholm & Salminen 2014, 179.)

Lina Rytikankaan mukaan ”Nopein ja täysin ilmainen tapa motivoida työntekijöitä on antaa heille positiivista palautetta”. Riittävä positiivisen palautteen antaminen vähentää negatiivisia tunteita, kuten riittämättömyyden tunnetta ja turhautumista. Palautteen myötä paranee työntekijän suorituskky sekä itseluottamus ja

itsearvostus. Työntekijä, joka saa positiivista palautetta, näkee helpommin hyviä puolia myös muissa. Palautetta saadessa oppii myös itse antamaan sitä. Positiivisten palautteiden myötä lisääntyy kaikkien luovuus ja viihtyvyys työyhteisössä. (Rytikangas 2011, 82.) Kun työyhteisössä annetaan palautetta, syntyy myönteinen kierre, joka vaikuttaa motivaation lisääntymiseen ja ilmapiirin parantumiseen sekä lisää lopulta tuottavuutta ja laadukasta työn jälkeä. (Kuvio 1.)



Kuvio 1. Palautekulttuurin myönteinen kierre (Lehtinen 2014.)

Palautteen antaminen vaikuttaa suuresti työtyytyväisyyteen. Ihminen, joka ei saa lainkaan palautetta, kokee itsensä merkityksettömäksi ja tarpeettomaksi. Palautetta toivotaan etenkin esimiehiltä, mutta myös ylemmältä johdolta ja työkavereilta. Tutkimusten mukaan suomalaiset ovat huonoja palautteen antajia. Palautteen antamista ei tulisi väheksyä, mutta palautteen tulee kuitenkin aina olla perusteltua. (Rauramo 2008, 152–153.)

Palautetta antaessa olisi hyvä muistaa seuraavat asiat: myönteistä palautetta tulisi antaa kerralla enemmän kuin kielteistä, palaute tulisi antaa mahdollisimman pian ehdotuksen tai suorituksen jälkeen ja palautteiden tulisi kulkea mahdollisuuksien mukaan molempiin suuntiin. Lisäksi palautteen tulisi olla johdonmukaista aiemman palautteen kanssa. Palautetta antaessa on oltava aina oikeudenmukainen. Henkilökohtainen kielteinen palaute tulee antaa aina henkilötasolla ja ensin asianomaiselle. Henkilökohtainen myönteinen palaute voidaan harkinnan mukaan antaa yksilö-, ryhmä- tai yhteisötasolla. (Rytikangas 2011,

88–89.) Täytyy kuitenkin huomioida, että joku voi ilahtua julkisesta kiitoksesta, mutta toinen voi nolostua huomion kohteeksi joutuessaan (Jabe 2010, 208).

Rakentavan ja korjaavan palautteen tulisi olla aina suoraa ja rehellistä. Tärkeimmistä asioista se täytyy antaa heti ja myös mahdollisimman pian muista asioista. Usein ajatellaan, että pienistä asioista ei tarvitse sanoa, vaikka asioihin haluaisi muutosta. Monet pienet asiat kasvavat kuitenkin lopulta isoksi ongelmaksi. Jos haluaa saada muutoksia aikaan, täytyy palaute siis antaa jokaisesta asiasta mahdollisimman pian. Rakentava palaute olisi hyvä esittää ehdotuksena, neuvona tai toivomuksena. Myös rakentavaa palautetta tulisi voida antaa sekä esimieheltä alaiselle että päinvastoin. (Rytikangas 2011, 84–85.)

Palautteiden kautta voidaan kehittää asioita. Täytyy muistaa, että kukaan ei osaa lukea ajatuksia. Sen vuoksi kritiikki on tarpeen, mutta sitä täytyy osata käsitellä taitavasti. Optio-lehdessä (2015, 22.) oli ohjeita siihen, miten kritiikkiä käsitellään oikein. Ensimmäisenä sääntönä on, että kritiikkiä ei saa ottaa henkilökohtaisesti. Jos tekemisiäsi arvostellaan, minuutesi ja ihmisyytesi eivät silti ole vaarassa. Toisena sääntönä kehoitetaan olemaan tallomatta persoonaa. Jos uusi idea ei ole toimiva, täytyisi keskittyä tekemisen puutteisiin loukkaamatta toista. Kannattaa antaa myös korjausehdotuksia, miten itse tekisi asian paremmin. Kolmantena ohjeena pyydetään avaamaan suu, kun siihen on aika. Jos saa moitteita aiheetta, täytyy se sanoa heti. Sellaisista ihmisistä ei pidetä työpaikalla, jotka tietävät asioista hyvissä ajoin, mutta kertovat niistä kuukausien päästä. (Jännäri 2015, 22.)

3.3 Muutos- ja kriisiviestintä

Muutoksia tapahtuu koko ajan, joten muutosviestintä on terminä hieman hämäävä (Kortesuo ym. 2014, 177). Johdon ja esimiehen rooli on erityisen tärkeä muutosviestinnässä. Muutostilanteessa tietoa halutaan saada sieltä, mistä siitä eniten tiedetään eli ylimmältä johdolta. Keskustelemisen ja tiedon tarve on todella suurta muutostilanteessa, joten johdon ja esimiehen odotetaan olevan läsnä, kuuntelevan sekä vastaavan kysymyksiin. Kasvokkain tapahtuvaa viestintää tarvitaan sitä enemmän, mitä kipeämpi ja suurempi muutos on. Parhail-

laan muutosviestintä on proaktiivista, jolloin kerrotaan jo etukäteen muutoksesta. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 67; Kortetjärvi ym. 2008, 107–108.)

Muutostilanteessa voidaan viestinnän avulla vaikuttaa paljon siihen, miten muutos koetaan. Toimenpiteet on tärkeää kohdistaa oikein, kun kerrotaan muutoksista. Kohderyhmä ja viesti tulee olla selvillä. Erilaiset palautekanavat sekä ohjatut keskusteluryhmät voivat muutosviestinnässä olla erityisen tärkeitä. (Juholin 2013, 328–329.) Finnairin viestintäjohtajan Christer Haglundin mukaan muutosviestinnän tavoitteena on muutoksesta aiheutuvien toiminnallisten ongelmien minimointi ja työmotivaation ylläpitäminen sekä muutoksen toteuttaminen arvojen mukaisesti ja uuden halutun toimintakulttuurin viestiminen. Haglundin mukaan muutosviestinnän tavoitteena on lisäksi henkilöstön ymmärryksen lisääminen tilanteen mukaisesta toiminnasta. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 107.)

Muutosviestinnässä olisi useissa yrityksissä kehitettävää. Erityisesti ikävistä asioista keskustelemissa ja tiedottamisessa on haasteita. Jos henkilöstö tietää jotain olevan tapahtumassa, mutta ei tiedä tarkemmin mitä, alkavat huhut liikkua työyhteisössä. Tiedon kertomatta jättäminen kiristää ilmapiiriä työpaikalla sekä vähentää työmotivaatiota. Siksi oikea tieto olisi annettava heti kun mahdollista, jotta ei syntyisi tietotyhjiötä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 107–108.) Muutostilanteesta viestiessä täytyy huomioida myös yhteistoimintalaki (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 67). Yhteistoimintalaista kerrotaan tarkemmin seuraavassa luvussa.

Kriisiviestinnällä tarkoitetaan poikkeustilanteessa tapahtuvaa viestintää, jossa täytyy käyttää tehostettuja toimenpiteitä. Viestinnän tehtävänä on kriisin kielteisten seuraamusten vähentäminen. Ylin johto on aina päävastuussa kriisiviestinnästä. Oma henkilöstö, omistajat, asiakkaat ja media ovat viestinnän tärkeimmät sidosryhmät. Päivittäisen johtamisviestinnän ollessa kunnossa voidaan selvittää poikkeusolojen viestinnästä. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 110.)

Johdon täytyy huolehtia, että henkilöstöä ei jätetä yksin kriisivaiheessa. Toimivassa työyhteisössä on kehitetty keinoja keskustelemiseen, jakamiseen ja selvittämiseen vaikeissakin asioissa. Kriisitilanteessa kukin pyrkii oman edun varmistamiseen. Työntekijöillä ei ole silloin auttamishalua eikä yhteen henkeen puhaltamista, joten ollaan alttiina virheille. Lisäksi päätöksen tekeminen ja asi-

oiden loppuun saakka vieminen heikentyy. Myös Väsymys ja kyllästyminen kuuluvat kriisitilanteeseen. (Jabe 2010, 132.)

3.4 Yhteistoimintalaki

Yhteistoimintalaki on 1970-luvulla säädetty laki yrityksen yhteistoiminnasta. Sen avulla henkilöstöön kuuluvilla on mahdollisuus vaikuttaa oman työpaikkaansa ja työhönsä liittyvien asioiden käsittelemiseen. Yhteistoimintalaissa määritellään myös tiedotusvelvollisuus työnantajalle. Yhteistoimintalaissa on määrätty kuitenkin vain se, mistä vähintään täytyy tiedottaa. Yritys, joka haluaa menestystä, ei voi tiedottaa vain lain määräämän vähimmäismäärän verran. Heidän olisi hyvä ottaa henkilöstö mukaan suunnitteluun ja tiedottaa jatkuvasti asioista, jotka liittyvät yrityksen toimintaan. Sisäinen viestintä ei silti ole ikävä velvollisuus, vaan se on tehokas väline johtamiseen, ja tukee hyvin hoidettuna merkittävästi tuloksen tekemistä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 105.)

Nykyisin voimassa oleva yhteistoimintalaki on tullut voimaan 1.7.2007. Sillä korvattiin aiemmin säädetty laki. Yhteistoimintalain piiriin kuuluvat yritykset, jossa on vähintään 20 vakituista työntekijää. (Äimälä & Kärkkäinen 2015, 18.) Lin Autokeidas ei kuulu yhteistoimintalain piiriin, sillä siellä työskentelee noin 18 vakituista työntekijää.

Yhteistoimintalaki velvoittaa tiedottamaan esimerkiksi tilinpäätöksestä ja yrityksen taloudellisen tilan selvityksestä. Myös toiminta- tai tuotantonäkymiin perustuva henkilöstösuunnitelma sekä henkilöstöryhmien palkkatilastot kuuluvat tiedotettaviin asioihin. Laki velvoittaa tiedottamaan myös, jos tapahtuu muutoksia edellä mainituissa asioissa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 105.)

Yrityksen sisäisen viestinnän ongelmana voi olla tiedon määrä. Joskus tietoa voi olla liikaa ja jostain asioista taas liian vähän. Työntekijät eivät ehdi tai osaa käyttää hyväkseen tietoa, jos sitä on liikaa. Jos tietoa puolestaan on liian vähän, kyse ei yleensä ole tiedon määrästä vaan sen sisällöstä. Tietoa ei ole silloin saatu niistä asioista, joista halutaan. Viestintätyytyväisyys on siis sidoksissa etenkin johtamistyyliin sekä sen kautta viestinnän sisältöön. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106.)

3.5 Sisäisen viestinnän suunnittelu ja kehittäminen

Viestinnän suunnittelun pohjana ovat organisaation perustehtävät ja tavoitteet sekä tulevaisuuden tahtotila, visio. Yrityksen arvot vaikuttavat viestintään. Suunnittelussa otetaan huomioon myös toimintaympäristön oletetut sekä tiedossa olevat muutokset. Kokonaisvaltaista viestinnän suunnitelmaa kutsutaan strategiaksi. Viestintästrategia tai strateginen viestinnän suunnitelma antaa suunnan sekä pohjan käytännön viestintään. Viestinnästä voidaan laatia yksityiskohtaisia suunnitelmia tai väljiä linjauksia. Liian yksityiskohtaiset suunnitelmat voivat olla haitallisia, sillä ne estävät näkemästä, mitä asioita pitäisi tehdä heti. Suurissa organisaatioissa kirjoitettu strategia on välttämätön, mutta pienissä yrityksissä sitä ei välttämättä tarvita. (Juholin 2013, 86–87.)

Kehittäessä viestintää ensin laaditaan viestintästrategia, jota toteutetaan käytännössä viestintäsuunnitelmaa apuna käyttäen. Viestintästrategian laatimiseen kannattaa ottaa mukaan mahdollisimman monta yhteisön jäsentä. Viestinnän tavoitteiden ja periaatteiden olisi tarkoitus olla jokaisen tiedossa, ja kaikkien tulisi sitoutua noudattamaan niitä. Etenkin johdon sitoutuminen on erityisen tärkeää. Viestintästrategiaa täytyy päivittää muutettaessa ja tarkentaessa koko yhteisön toimintastrategiaa. (Kortetjärvi-Nurmi 2015, 55–60.)

Muun muassa mainostoimisto spym kehottaa yrityksiä laittamaan sisäisen viestintänsä kuntoon. Sisäisen viestinnän kehittämisessä kannattaa ottaa huomioon muutamia asioita. Yrityksen tulee ottaa käyttöön selkeät sisäisen viestinnän kanavat, toimintamallit ja järjestelmät. Täytyy miettiä, miten kohderyhmä tavoitetaan parhaiten ja toimiiko tilanteessa esimerkiksi kasvokkain viestintä vai sähköposti. (spym 2012.)

Seuraavaksi tulee miettiä viestittäviä asioita ja vastuuta, kuten mistä kaikesta tulee informoida ja millä aikataululla. Lisäksi täytyy miettiä, miten viestintä hoidetaan ja kuka on vastuussa siitä. Viestien tulisi olla mahdollisimman lyhyessä ja selkeässä muodossa, jotta ne tulisivat luetuksi ja ymmärretyksi. Avoimuudella, rehellisyydellä ja riipeydellä voidaan estää työyhteisön huhut, ja jotta viestintä olisi tasa-arvoista, tulisi kaikille viestiä samanaikaisesti. (spym 2012.)

Jotta aiemmin mainitut asiat toimisivat, täytyy niiden suunnittelemiseen ja pohjimiseen käyttää aikaa. Yritykselle olisi hyvä tehdä jonkinlainen sisäisen viestinnän suunnitelma tai antaa se ammattilaisten tehtäväksi. Suunnitelmassa tulisi määritellä: mistä ja miten viestitään, ja kuka viestii. (spym 2012.)

Suunnitelma voi olla esimerkiksi vuosikalenterin tai vuosikellon muodossa, johon kirjataan sisäisen viestinnän käytännön toimenpiteet. Ensin kannattaa merkitä vuosittaiset tai muuten säännölliset tapahtumat. Sen jälkeen voidaan merkitä muut viestinnän yksittäiset kampanjat ja toimenpiteet. Lisäksi päivittäisviestinnän pelisäännöt ja käytännöt olisi hyvä linjata viestintää suunnitellessa. Viestintäsuunnitelmaan voidaan lisätä myös ohjeita, jotka varmistavat yhtenäisen linjan yrityksen viestinnässä. Viestinnän operatiivisessa suunnittelussa tulisi lisäksi laatia budjetti seuraavaksi toimikaudeksi. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 60.)

4 IIN AUTOKEIDAS

4.1 Tietoa yrityksestä

Toimeksiantoyritykseni on Iin Autokeidas. Yrityksen virallinen nimi on Ak Tauko Oy. Olen ollut töissä yrityksessä ja käynyt paljon keskusteluja liikenneasemapäällikkö Hannes Kortesalmen kanssa. Seuraavat tiedot yrityksestä perustuvat työssä oppimaani tietoon sekä aikoinaan käytyihin keskusteluihin.

Autokeitaan toimiala on majoitus- ja ravitsemistoiminta. Autokeidas on liikenneasema, josta löytyy ravintola, kahvila, Hesburger, SHOP-kauppa, Ottoautomaatti, Teboil-tankkauspiste sekä veikkaus- ja peliautomaattitarjonta. Autokeidas on avoinna vuoden jokaisena päivänä kello 6-23. Autokeitaan liikeideana on tarjota asiakkailleen tienvarsitaukopalveluja. Ohikulkijat ja ammattiautoilijat ovat yleisin asiakasryhmä. Autokeitaalla halutaan tarjota terveellistä kotiruokaa sekä puhdasta, siistiä ja ystävällistä palvelua. Autokeitaan tuotteet ovat erilaisia verrattuna suuriin ketjupaikkoihin.

Autokeitaita on kaksi, joista toinen sijaitsee Forssassa ja toinen Iissä. Autokeitaan on alun perin perustanut Väinö Järvi, ja Autokeitaan omistus on siirtynyt Järven suvussa sukupolvelta toiselle. Nykyinen omistaja on Olli Järvi. Molemmat Autokeitat ovat tavallaan omia yrityksiä, joita johtaa eri liikenneasemapäällikkö. Autokeitat omistaa kuitenkin sama henkilö ja viimekädessä hän tekee päätöksiä isommista asioista. Iin Autokeitaalla on noin 18 vakituista työntekijää. Lisäksi siellä käytetään tarpeen mukaan joitakin kiireapulaisia, kuten erityisesti loma-aikoina. Heitä voidaan soittaa töihin myös esimerkiksi jonkin työntekijän sairastuessa.

Iin Autokeidasta johtaa liikenneasemapäällikkö Hannes Kortesalmi. Lisäksi Hesburgerilla, kaupalla ja ravintolalla on oma päällikkö. He vastaavat oman alueensa työn sujuvuudesta ja antavat tarvittaessa ohjeita muille työntekijöille. Autokeitaalla on myös muita ammattinimikkeitä, kuten kokki, huoltamo-/ravintolatyöntekijä, vuoropäällikkö ja siivooja. Kuvaan Iin Autokeitaan organisaation rakennetta kaavion avulla (liite 1).

Liikenneasemapäällikkö huolehtii Autokeitaan toiminnan sujuvuudesta. Hän tekee työvuorolistat sekä ilmoittaa tehdyt tunnit palkanmaksajalle. Lisäksi liikenneasemapäällikkö suunnittelee työntekijöiden loma-ajat heidän toiveitansa kuunnellen. Hän seuraa yrityksen myyntiä tekemällä päivittäin tilityksiä. Päällikkö järjestää myös tarpeen mukaan palavereja työntekijöiden kanssa, ja hänen vastuullaan on työntekijöiden hyvinvoinnista huolehtiminen.

Ravintolapäällikkö tekee ravintolan tilaukset ja inventoinnit sekä huolehtii, että työt sujuvat. Hesburgerilla on oma vastaava joka huolehtii Hesburgerin tilauksista ja inventoinneista. Kaupan päällikkö huolehtii kaupan puolella asioiden sujuvuudesta. Hän hoitaa tavaroiden tilaamiset ja kuormien purkamiset sekä opettaa muille työntekijöille tarvittavat tehtävät. Lisäksi hän huolehtii kaupan siisteydestä yhdessä muiden työntekijöiden kanssa. Kaupan tehtäviin kuuluu myös myyntituotteiden laadun tarkkailu.

Kokin tehtäviin kuuluu ruuan valmistaminen lounaalle sekä à la carte -annosten teko. Kokki täyttää usein aamuisin leivät kahvilan puolelle. Kokin kuuluu tehdä myös ennakkovalmisteluja seuraavan päivän lounasta varten. Hänen tehtävänä on huolehtia keittiön siisteydestä sekä ruuanvalmistuksessa käytettyjen astioiden pesemisestä. Huoltamo-/ravintolatyöntekijän tulee huolehtia salin siisteydestä sekä kahvilan tuotteiden ja ruuan riittävydestä. Hänen tehtävänä on lisäksi astioiden tiskaaminen. Tärkein tehtävä on palvella asiakkaita mahdollisimman pian ja hyvin.

Vuoropäällikkö huolehtii aamulla Autokeitaan siihen kuntoon, että voidaan vastaanottaa asiakkaita. Hän valmistaa aamupalan ja huolehtii kaikki koneet ja laitteet päälle sekä aukaisee ovet kuudelta. Vuoropäällikkö jakaa tarvittaessa päivän tehtäviä muille työntekijöille. Siivoojan tulee päivittäin huolehtia Autokeitaan siisteydestä. Hän siivoaa ravintolasalin, kaupan, pukuhuoneet ja taukotilan. Jokaiselle päivälle on määrätty myös joku erityistehtävä.

4.2 Iin Autokeitaan sisäinen viestintä

Liikenneasemapäällikkö Hannes Kortesalmen (2016) mukaan Iin Autokeitaalla on tällä hetkellä käytössä joitakin sisäisen viestinnän kanavia. Töitä tehdään useassa vuorossa, joten viestinnän täytyy toimia vuorojen välillä. Tällaiseen

viestintään lin Autokeitaalla on käytössä vihko, jota pidetään päiväkirjana. Jokaista tulisi kirjoittaa siihen muun muassa mahdollisista ongelmista, muutoksista sekä asiakkaiden antamista palautteista. Työvuoroon tullessa tulisi työntekijöiden lukea mitä uutta vihkoon on kirjoitettu. Myös kalenteria käytetään sisäisen viestinnän välineenä. Siihen merkitään muun muassa kaikki ryhmävaraukset ja tulevat tapahtumat.

lin Autokeitaan liikenneasemapäällikkö antaa noin kerran kuukaudessa työntekijöille luettavaksi paperisen tiedotteen. Se laitetaan päiväkirjavihkon viereen pöydälle. Tiedotteessa kerrotaan esimerkiksi tulevista uusista tuotteista tai muista muutoksista. Tarvittaessa tiedote laaditaan useammin. (Kortesalmi 2016.)

Kortesalmen (2016.) mukaan palavereita lin Autokeitaalla pidetään vain noin kaksi kertaa vuodessa. Palavereissa käydään läpi myyntiä ja asiakaspalautteita. Hesburger pitää omia koulutustilaisuuksia, joihin lin Autokeitaalta osallistuu lin Hesburgerin päällikkö. lin Autokeitaalla ei järjestetä omia koulutustilaisuuksia.

Tullessaan töihin liikenneasemapäällikkö keskustelee muiden osastojen päälliköiden kanssa tulevasta päivästä. Hän käy läpi myös edellisten vuorojen kulumisia. Välillä Autokeitaan johtaja vierailee lissä. Hän tarkastaa, miten siellä toimitaan ja antaa palautetta lin Autokeitaan päällikölle Hannes Kortesalmelle, jonka täytyy toimittaa palaute eteenpäin muille työntekijöille. (Kortesalmi 2016.)

Joulun aikoihin työntekijöille on perinteisesti järjestetty virkistätymistapahtuma pikkujoulujen merkeissä. Aikaisempiin pikkujouluihin ruuan on tehnyt joku työpaikan omista kokeista. Siellä on syöty ja juteltu, ja lopuksi halukkaat ovat lähteneet jatkoille. Viime jouluna pikkujoulut jäivät pitämättä. (Kortesalmi 2016.)

Tekstiviestejä ja puheluja käytetään sisäisessä viestinnässä pyydettyä työntekijöitä töihin. Autokeitaan sisäiselle viestinnälle ei ole määritelty suunnitelmaa. Työntekijöiltä ei ole myöskään kysytty heidän tyytyväisyyttään sisäiseen viestintään. Sisäisen viestinnän kehittämiseksi on siis tarvetta.

5 TIETOJEN KERÄÄMINEN

5.1 Menetelmän valitseminen

Tarvitsin työntekijöiden mielipiteitä lin Autokeitaan sisäisestä viestinnästä ja heidän toivomiaan kehitysideoita. Lisäksi tarvitsin tietoa lin Autokeitaan nykyisistä sisäisen viestinnän kanavista ja toimintatavoista.

Aluksi tarkoitukseni oli tehdä kysely työntekijöille sekä haastatella lisäksi lin Autokeitaan liikenneasemapäällikköä. Lukemani teorian avulla tarkoitus oli kehittää tarpeellisia kysymyksiä, joista saan hyötyä työssäni. Mietittyäni tarkemmin tätä menetelmää tulin siihen tulokseen, että vastaukset voivat olla melko irtonaisia, sillä vastatessaan kyselyyn työntekijät eivät tiedä toistensa mielipiteistä.

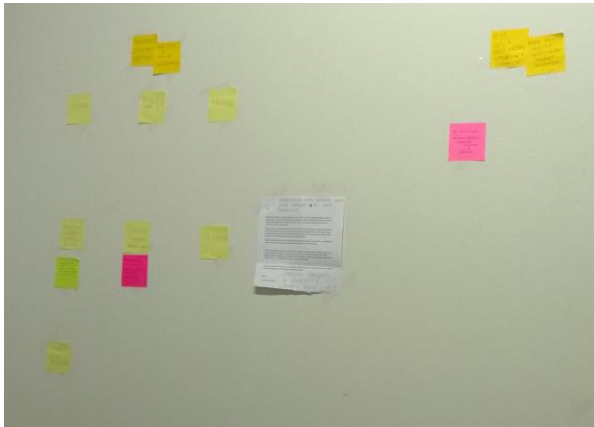
Kyselyn tilalta täytyi miettiä jotain yhteisöllisempää menetelmää. Löytääkseni työlleni sopivan menetelmän täytyi perehtyä tarkemmin erilaisiin menetelmiin. Päädyin käyttämään työntekijöiden mielipiteiden selvittämisessä apuna ideariihettä. Ideariihi olisi yhteisöllinen menetelmä, jonka myötä työntekijät saisivat samalla harjoitusta sisäisestä viestinnästä. Heillä olisi mahdollisuus myös jatkossa käyttää tätä tapaa ideoidessa ja kehittäessä jotain työpaikan asioita.

Aivoriihityöskentely on Alex Osbornin kehittämä. Siinä ryhmän jäsenet aktivoidaan ideoimaan villisti, jolloin he tuottavat runsaasti ideoita lyhyessä ajassa. Ideoinnin on tärkeää olla kriittiköntä. Usein ryhmätyöskentelyssä torjutaan esitettyjä ideoita, mutta aivoriihityöskentelyssä periaatteena on, että ”määrä tuottaa laatua.” Mitä enemmän ideoita syntyy, sitä todennäköisemmin saadaan hyviä ja toteuttamiskelpoisia ajatuksia. (Koski & Korteso 2012, 140.) Aivoriihestä käytetään myös nimitystä ideariihi, kuten tässä opinnäytetyössä.

5.2 Ideariihen toteuttaminen

Ennen ideariihen toteuttamista suunnittelin, mitä asioita haluan sen avulla selvittää sekä miten toteutan sen. Kokosin ideariihen maanantaina 4.4. Autokeitaan kahvihuoneen seinälle, ja laitoin mukaan ohjeita (Liite 2). Laitoin seinälle muutamia otsikoita, joiden kautta ideointi lähtisi käyntiin (Kuvio 2). Kysyin, mitä uusia viestinnän kanavia työntekijät ehdottaisivat ja mistä asioista he toivoisivat

viestittävän milläkin kanavalla. Pyysin myös mielipiteitä nykyisistä sisäisen viestinnän kanavista, kuten mikä toimii ja mikä ei sekä muita kommentteja.



Kuvio 2. Ideariihi alkuvaiheessa (kuva: Erika Lehtola)

Kehittämäni ideariihi ei ollut aivan tyypillinen, sillä työntekijät saivat laittaa ideoitaan seinälle viikon ajan. Näin pyrin siihen, että mahdollisimman moni voisi osallistua ideointiin. Ideoita saivat laittaa sekä vakituiset että osa-aikaiset työntekijät. Kävin joka päivä katsomassa, mihin suuntaan ideointi on edennyt. Esitin tarvittaessa lisäkysymyksiä, jotta ideointi menisi vielä pitemmälle. Aluksi ideariihin oli tarkoitus olla maanantaista torstaihin. Kun tulin hakemaan papereita pois torstaina 7.4., liikenneasemapäällikkö ehdotti, että annettaisiin ideariihin olla maanantaihin asti. Osa työntekijöistä tuli vasta viikonloppuna töihin, niin hekin saivat osallistua ideointiin. Maanantaina 11.4. purin lopulta tarvikkeet pois kahvihuoneesta. Tallentaakseni ideoinnit otin ensin kuvan seinälle syntyneistä ideoista (Kuvio 3). Sen jälkeen kirjoitin ideat ylös yhdessä toimeksiantajan kanssa.



Kuvio 3. Ideariihi loppuvaiheessa (kuva: Erika Lehtola)

Tietojenkeräämistä varten haastattelin lisäksi lin Autokeitaan liikenneasemapäällikköä Hannes Kortosalmea 19.2. Kysyin häneltä, mitä sisäisen viestinnän kanavia lin Autokeitaalla on käytössä tällä hetkellä sekä, mistä asioista niiden kautta viestitään. Sain liikenneasemapäälliköltä tietoa Autokeitaan tämän hetkistä sisäisen viestinnän kanavista ja sisällöstä. Hänellä oli myös joitain kehitysehdotuksia, kuten henkilökohtaiset postilaatikot esimiehen ja alaisen väliseen viestintään.

Esimiehen haastattelu oli hyvin epämuodollinen, joten sitä voisi sanoa pareminkin keskusteluksi. Hänen kanssaan oli helppo jutella ja sopia toimintatavoista. Laitoin hänelle myös sähköpostilla tarvittavia lisäkysymyksiä. Kävin esimiehen kanssa keskustelua useamman kerran työn eri vaiheissa, ja ennen työn palauttamista hän luki vielä työni läpi ja antoi palautetta siitä.

6 IIN AUTOKEITAAN SISÄISEN VIESTINNÄN KEHITTÄMINEN

6.1 Työntekijöiden kehitysideat

Aluksi tekemääni ideariihen suhtauduttiin varauksellisesti. Useat sanoivat, että heillä ei ole mitään ideoita tai, että eivät asiat kuitenkaan toteudu, joten turha kirjoittaa mitään. Keskustelemalla työntekijöiden kanssa ja rohkaisemalla heitä kirjoittamaan ylös kaikkea mitä mieleen tulee, alkoi vähitellen syntyä joitakin ideoita. Pyysin heitä myös kommentoimaan toistensa ajatuksia. Ideoita syntyi lopulta mielestäni hyvin ideariihen ja keskustelun avulla. Kokosin ideat ajatuskarttaan, jotta kokonaisuus oli helpompi hahmottaa (Liite 3).

Iin Autokeitaalla koettiin, että esimiestä on helppo lähestyä tarvittaessa. Säännöllisiä kehityskeskusteluja kuitenkin kaivattiin. Lisäksi esimieheltä toivottiin enemmän positiivisen ja kehittävän palautteen antamista. Positiivisen palautteen antamista korostettiin erityisesti. Keskustelin usean työntekijän kanssa siitä, että negatiiviset palautteet on helpompi ottaa vastaan, jos on saanut myös positiivista palautetta työstään. Henkilökohtaiset palautteet toivottiin annettavan henkilökohtaisesti ja muut palautteet palaverissa tai tiedotteessa.

Moni työntekijöistä koki palavereita olevan liian vähän. Palavereita toivottiin pidettävän säännöllisin väliajoin, jotta oltaisiin paremmin selvillä uusista muutoksista. Haluttiin, että palavereissa käsiteltäisiin tulossa olevia asioita ja tarjouksia sekä kerrattaisiin aiempia asioita. Mietittiin, että palavereihin voitaisiin ottaa mukaan myös osa-aikaisia työntekijöitä.

Aktiivista ilmoitustaulua ehdotettiin sisäisen viestinnän välineeksi. Siihen voitaisiin laittaa aina uusimmat tiedot esimerkiksi tarjouksista, ja jokainen voisi käydä tarvittaessa tarkistamassa asiat sieltä. Ilmoitustaulu voisi olla kahvihuoneen seinällä, sillä siellä sitä olisi helppo lukea ruokatunnilla käydessä. Toivottiin, että ilmoitustaululta löytyisi tiedot tärkeistä asioista, ja uusien tietojen olisi tarkistettavissa sieltä.

Uudeksi viestintävälineeksi ehdotettiin WhatsApp-ryhmää. Sen kautta voitaisiin pyytää tarvittaessa työntekijöitä kiireisenä aikana tai jonkun sairastuessa sekä

vaihdella vuoroja. Toivottiin, että WhatsApp:issa keskusteltaisiin lyhyesti ja vain työvuoroihin liittyvistä asioista.

Päiväkirjavihkoa ja kalenteria pidettiin hyvinä viestinnän välineinä, mutta todettiin, että joskus viestit jäävät lukematta. Monien mielestä kalenteri saisi olla isompi, sillä viikonloppuina on usein niin paljon varauksia, että ne eivät mahdu kalenteriin.

Työntekijöiden väliseen viestintään toivottiin kehitystä. Kaikilta toivottiin joustavuutta ja yhteen hiileen puhaltamista sekä työkaverin huomioon ottamista. Muistutettiin myös anteeksipyytämisen tärkeydestä, jos on kohdellut toista huonosti. Vuorojen vaihtojen yhteydessä koettiin, että asiat on helpointa selvittää suullisesti. Tärkeistä asioista täytyy kuitenkin jättää myös viestiä, sillä kaikkea ei välttämättä muista kertoa. Viestien koettiin kulkevan hyvin vuorojen välillä.

Syntymäpäivänä muistamiset pidettiin mieluisana ja tärkeänä. Autokeitaalla muistetaan työntekijöitä pyöreitä vuosia täyttäessä. Silloin kerätään yhdessä rahaa ja ostetaan esimerkiksi jokin lahjakortti. Ehdotettiin, että myös pitkän työuran tehnyttä voitaisiin muistaa jotenkin esimerkiksi viiden vuoden välein.

Virkistäytymisiltoja toivottiin enemmän. Useat harmittelivat sitä, että viime vuonna pikkujoulut jäivät pitämättä. Ehdotettiin pidettäväksi iltoja, missä on aktiivista toimintaa ja hyvää ruokaa. Myös pitkäjänteistä kuntokampanjaa ehdotettiin työntekijöiden virkistämiseksi. Lisäksi työntekijät halusivat muistuttaa toisiaan ideariihessä työpaikan pelisäännöistä, kuten puhelimen käytöstä työaikana sekä työpaikan savuttomuudesta.

6.2 Sisäisen viestinnän suunnitelma

Työni tuloksena syntyi alustava sisäisen viestinnän suunnitelma, joka on kirjoitettu A4-muotoon ja voidaan tulostaa haluttaessa toimiston seinälle. Suunnitelmassa määritellään, millä kanavilla tulisi viestiä mistäkin asiasta ja kuinka usein. Lisäksi suunnitelmassa lukee, kenen vastuulla viestittävät asiat ovat. Iin Autokeitaan sisäisen viestinnän suunnitelma löytyy liitteestä 4.

Palavereita olisi lin autokeitaalla hyvä järjestää kerran kuukaudessa. Kun palaveri on kuukauden alussa, on helppoa keskustella edellisen kuukauden tuloksista ja laittaa tavoitteet kuluvalle kuukaudelle. Palaverissa keskustellaan myös muista ajankohtaisista asioista. Palaverien pitäminen on esimiehen tehtävä. Haasteita aiheuttaa työntekijöiden pääsy palaveriin, sillä lin Autokeidas on avoinna vuoden jokaisena päivänä aamu kuudesta ilta yhteentoista. Sen vuoksi palaverista olisi tärkeää kirjoittaa muistio, jonka kaikki työntekijät voivat myöhemmin lukea. Myös Kortetjärvi-Nurmi ja Murtola (2015) kehottavat kirjoittamaan palaverista muistion, jotta voidaan tarvittaessa tarkistaa mitä asioista on sovittu.

Kehityskeskusteluja ehdotan pidettäväksi kaksi kertaa vuodessa, sillä jatkuvalla ja suunnitelmallisella kehittämisellä edistetään työntekijöiden työhyvinvointia ja vaikutetaan samalla koko yrityksen menestymiseen (Kortesuo ym. 2014, 173). Keskustelimme toimeksiantajan kanssa, että ne olisi hyvä järjestää keväällä ja syksyllä. Silloin kun on hiljaisempi aika yrityksessä. Kehityskeskusteluissa annetaan palautetta molempiin suuntiin. Siellä voidaan esittää myös kehitysideoita sekä luoda henkilökohtaisia tavoitteita. Kehityskeskustelujen avulla voidaan lin Autokeitaalla valmistautua paremmin tulossa oleviin sesonkikiireisiin. Kehityskeskustelu on esimiehen ja työntekijän kanssa kahden kesken. Erityisen tärkeää niitä on käydä eri osastojen päälliköiden kanssa. Molempien osapuolten on hyvä valmistautua huolella kehityskeskustelua varten (Rauramo 2008, 157).

Esimiehen tulisi antaa palautetta työntekijöilleen usein, mutta kuitenkin aina perustellusti. Pienistäkin asioista kannattaa sanoa, jotta ne eivät kasva lopulta isoiksi ongelmiksi (Rytikangas 2011, 84). Myönteistä palautetta olisi hyvä antaa enemmän kuin kielteistä, sillä myönteisen palautteen myötä työntekijän suoriutskyky, itseluottamus ja itsearvostus paranevat (Rytikangas 2011, 82). Myös rakentavan palautteen antaminen tarvittaessa on kuitenkin tärkeää, sillä palautteiden avulla työntekijä voi kehittää itseään. Palautetta tulisi antaa kaikkien osapuolten kesken. Lisäksi työntekijöitä olisi hyvä välillä palkita jotenkin. Heidän antamien toivomusten perusteella ehdottaisin, että pitkän työuran tehnyttä muistettaisiin esimerkiksi viiden vuoden välein kiitoksella ja pienellä lahjalla.

Virkistäytymistilaisuuksia on tarpeen järjestää vähintään kerran vuodessa. Se voi olla esimerkiksi pikkujoulujen merkeissä. Olisi hyvä järjestää myös toiminnallisia tapahtumia, joiden avulla voidaan luoda me-henkeä. Tilaisuuksien tavoitteena on lisäksi työntekijöiden palkitseminen, motivoiminen sekä sitouttaminen (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 111). Haasteita kaikkien mukaan pääsemiselle tuo jälleen lin Autokeitaan aukioloajat. Virkistäytymistilaisuuksien aikaan kannattaa käyttää mahdollisuuksien mukaan osa-aikaisia työntekijöitä, jotta vakituisista työntekijöistä mahdollisimman moni pääsisi mukaan. Myös ehdotettu yhteinen kuntokampanja loisi yhteishenkeä ja kannustaisi kaikkia liikkumaan.

Uudeksi viestintävälineeksi tulisi ottaa käyttöön aktiivinen ilmoitustaulu, jossa tiedotetaan esimerkiksi uusista tarjouksista ja muista tärkeistä tapahtumista. Ilmoitustaulu on lin autokeitaalle hyvin sopiva sisäisen viestinnän kanava, sillä työntekijät eivät työskentele tietokoneen ääressä. WhatsApp-ryhmän toimivuutta täytyy miettiä, sillä siellä viestiessä tieto menee kaikille työntekijöille yhtä aikaa. Vapaa-ajalla työntekijät haluavat olla miettimättä työasioita. Olisi siis tarkoin harkittava, mitä WhatsApp-ryhmässä tiedotetaan, jotta tiedon määrä ei paisuisi liian suureksi.

7 POHDINTA

Sisäiseen viestintään panostaminen vaatii työtä esimieheltä: etenkin uusien toimintatapojen käyttöön ottaminen on aikaa vievää. Sisäisen viestinnän eteen kannattaa kuitenkin tehdä töitä. Toimiva sisäinen viestintä tuo varmuutta työntekijöille. Se lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä parantaa työntekijöiden motivaatiota. Yrityksen on helpompi viestiä ulkoisesti, kun sisäinen viestintä on ensin hoidettu kuntoon.

Opinnäytetyöni tehtävänä oli kartoittaa lin Autokeitaan sisäisen viestinnän nykytilanne sekä kehittää sitä. Työssäni selvisi, että Autokeitaalla on joitakin ongelmia sisäisessä viestinnässä. Joskus tarpeellinen tieto ei kulje kaikille työntekijöille, ja joudutaan hankaluuksiin asiakaspalvelutilanteessa. Sisäiseen viestintään kaivattiin myös selkeyttä ja säännöllisyyttä. Esimerkiksi säännöllisiä kehityskeskusteluja ja palavereita toivottiin. Ideariihen ja keskustelemisen avulla sain paljon hyödyllisiä ideoita sisäisen viestinnän kehittämiseksi.

Tietojen keruu lin Autokeitaalta vaikutti ensin haastavalta. Aluksi siellä kommentoitiin, että ei ole aikaa eikä ideoita. Keskustellessa työntekijöiden kanssa nousi kuitenkin paljon hyviä ideoita, joita pyysin kirjoittamaan ylös. Kävin joka päivä katsomassa, miten ideointi on edennyt. Esitin välillä lisäkysymyksiä, että ideointi syvenisi.

Työni tuloksena syntyi sisäisen viestinnän suunnitelma lin Autokeitaalle. Suunnitelmaa ei voida yleistää kaikkiin yrityksiin, mutta saamani tuloksia voidaan osittain hyödyntää myös muiden yritysten kohdalla. Jokaisen yrityksen täytyy kuitenkin miettiä, millainen sisäinen viestintä sopisi juuri heille parhaiten.

Opinnäytetyöni ei ratkaissut täysin lin Autokeitaan sisäistä viestintää. Työni auttoi kuitenkin alkuun sisäisen viestinnän kehittämisessä. Sisäisen viestinnän suunnitelman toimivuutta täytyy kokeilla, ja sitä täytyy muuttaa tarvittaessa yritykselle sopivammaksi. Toivon työni saaneen toimeksiantajan ja muut työntekijät miettimään sisäisen viestinnän tärkeyttä sekä sitä, miten sen toimivuuteen voi itse kukin osaltansa vaikuttaa. Liikenneasemapäällikkö antoi palautetta työstäni ja sanoi yrityksessä tapahtuneen jo edistystä. Siellä on alettu kiinnittämään

enemmän huomiota sisäiseen viestintään. Yhteinen kuntokampanja on jo laitettu alkuun ja kesäksi suunnitellaan aktiivista virkistäytymistapahtumaa.

Jatkossa lin Autokeitaan sisäisen viestinnän parantamiseksi olisi hyvä hoitaa uusien työntekijöiden perehdyttäminen kuntoon. Sitä onkin jo liikenneasemapäällikön mukaan suunniteltu tehtävän mahdollisimman pian. lin Autokeitaalla on jo nimetty työntekijä vastaamaan perehdyttämiseen liittyvistä asioista. Työtä olisi myös Forssan ja lin Autokeitaan välisen viestinnän kehittämisessä. Myös sähköisten viestintäkanavien, kuten intranetin ja sosiaalisen median käyttöä sisäisen viestinnän välineenä olisi hyvä miettiä. Tässä työssä laitettiin vain sisäisen viestinnän perusasioita kuntoon.

Opinnäytetyön tekoa aloittaessani haasteita oli aiheen rajaamisessa. Kun se saatiin viimein toimeksiantajan kanssa rajattua, oli helpompi alkaa tiedonhakuun ja kirjoitustyöhön. Tietoperustan kirjoittaminen eteni melko nopeasti, mutta tekstiä täytyi myöhemmin lukea usein läpi ja miettiä uudelleen minkä otsikon alle asiat kuuluvat. Opinnäytetyösuunnitelman tekeminen helpotti suuresti työn aloittamista. Välillä haasteita tuotti lähdeaineiston löytäminen, sillä lin kirjastossa valikoima ei ole kovin laaja. Esimerkiksi menetelmiä miettiessä olisin tarvinnut kirjaa, mutta meni kauan ennen kuin sain sen kirjastosta. Useita kirjoja piti varata kauempaa toisista kirjastoista.

Saamani ohjaus oli tarpeen, jotta työ eteni oikeaan suuntaan. Koin myös vertaistuen, kuten toisten opiskelijoiden esitysten seuraamisen hyödylliseksi. Sain hyviä vinkkejä heidän työskentely- ja esitystavoista. Hakalan Opinnäytetyöopasta lukemalla sain lisää varmuutta työn tekemiseen ja paljon hyödyllistä tietoa prosessia varten.

LÄHTEET

- Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOY.
- Jabe, M. 2010. Voitko hyvin työssäsi. Opas alaiselle ja esimiehelle. Vantaa: Yrityskirjat.
- Juholin, E. 2013. Communicare. Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Helsinki: MIF.
- Jännäri, J. 2015. Kuinka käsitellä kritiikkiä. Optio 29.10.2015, 17.
- Kesti, M. 2013. Hiljaiset signaalit esimiestyössä. Helsinki: Finva.
- Korhonen, N. & Rajala, R. 2011. Viestinnän prosessointi. Koreografia kaaokselle. Helsinki: Talentum.
- Kortesalmi, H. 2016. Ak Tauko Oy. Liikenneasemapäällikön haastattelu 19.2.2016.
- Kortesuo, K., Patjas, L-M. & Seppänen, L. 2014. Pillillä vai pasuunalla. Viestinnän käsikirja yrittäjille. Helsinki: Yrittäjät.
- Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M-L. & Ollikainen, M. 2008. Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita.
- Kortetjärvi-Nurmi, S. & Murtola, K. 2015. Areena. Yritysviestinnän käsikirja. Helsinki: Edita.
- Koski, R. & Kortesuo, K. 2012. Kokouksen seitsemän kuolemansyntiä. Paranna palaveritasi. Helsinki: Talentum.
- Lehtinen, E. 2014. Esan kynästä: Kaikilla on oikeus palautteeseen. Viitattu 25.4.2016 <http://mastersuomi.blogspot.fi/2014/07/esan-kynasta-kaikilla-on-oikeus.html>.
- Liiku. 2016. Lihas- ja hevosvoimia työyhteisölle. Viitattu 5.4.2016 <http://www.liiku.fi/aikuisille/henkilostoliikunta/toiminnalliset-liiku-paketit/lihas-ja-hevosvoimia-tyoyhteisol/>.
- Lindholm, T. & Salminen, J. 2014. Keskustele ja kehity 2.0. Kehityskeskusteluita vuoden paras päivä. Helsinki: J-Impact.
- Rauramo, P. 2008. Työhyvinvoinnin portaat. Viisi vaikuttavaa askelta. Helsinki: Edita.
- Rytikangas, I. 2011. Kehity ja jaksaa tiimissä. Helsinki: Kauppakamari.
- Spym 2012. Sisäinen viestintä = tärkeää. Blogikirjoitus. Viitattu 1.3.2016 <http://www.spym.fi/blogi/sisainen-viestinta-tarkeaa/>.
- Äimälä, M. & Kärkkäinen, M. 2015. Yhteistoimintalaki. Helsinki: Talentum.

LIITTEET

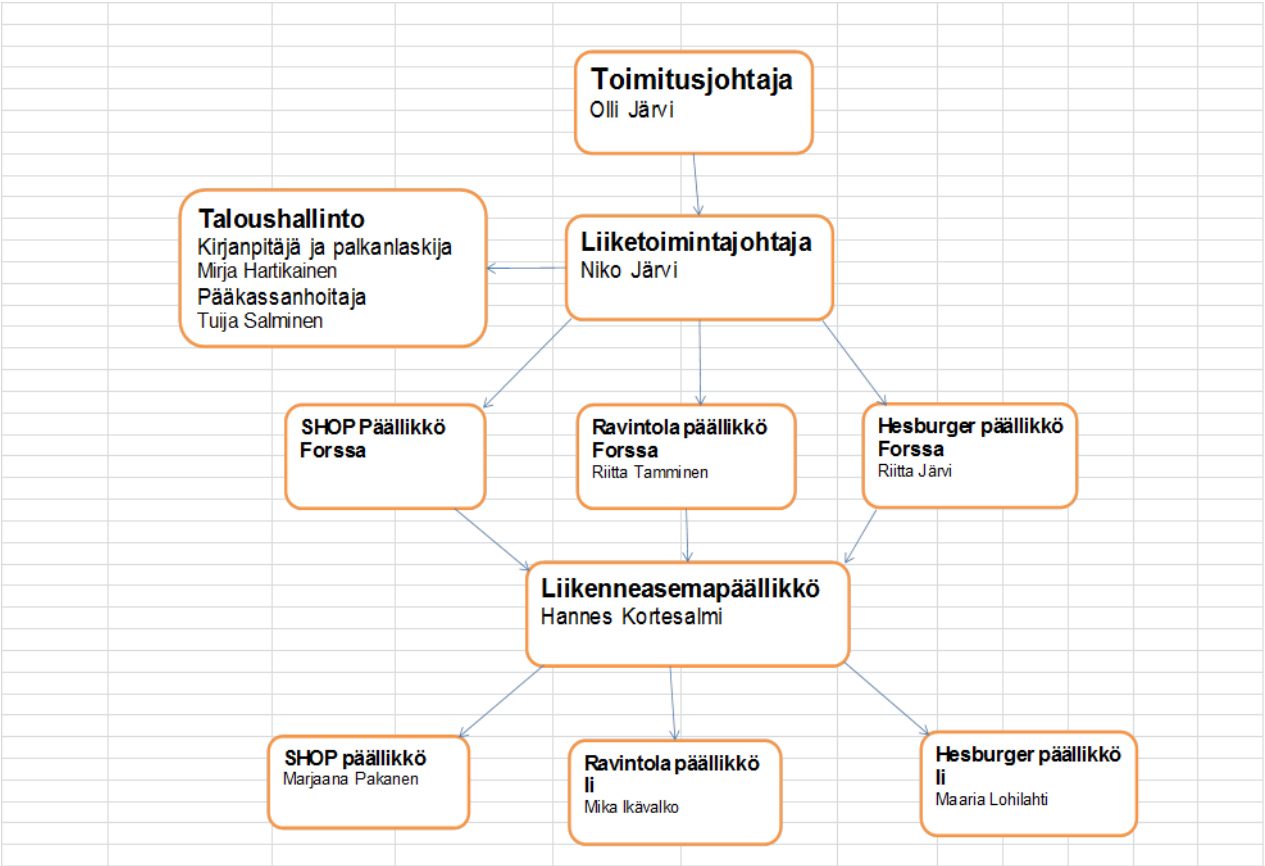
Liite 1. Iin Autokeitaan organisaatiokaavio

Liite 2. Kirje Autokeitaan työntekijöille ideariihen yhteydessä

Liite 3. Yhteenveto ideoinnista

Liite 4. Iin Autokeitaan sisäisen viestinnän suunnitelma

Liite 1.



Liite 2.

Hei!

Opiskelen Rovaniemen ammattikorkeakoulussa restonomiksi. Teen opinnäytetyötä sisäisen viestinnän kehittämistä. Tarvitsen teiltä mielipiteitä lin Autokeitaan sisäisen viestinnän toimivuudesta sekä ideoita mahdollisista uusista sisäisen viestinnän kanavista. Haluan myös tietää, mistä asioista te toivoisitte viestittävän sisäisesti työpaikallanne.

Sisäinen viestintä on yrityksen sisällä tapahtuvaa viestintää. Sitä on työntekijöiden välillä sekä esimiehen ja työntekijän välillä. Sisäisen viestinnän kanavia on monenlaisia ja jokaisen yrityksen tulee löytää itselleen parhaiten sopivat kanavat. Sisäinen viestintä on tärkeää yrityksen toiminnan sujuvuuden kannalta. Hyvin toimivana se lisää työntekijöiden työhyvinvointia ja motivaatiota.

Sisäisestä viestinnästä olisi hyvä olla jonkinlainen suunnitelma yrityksessä. Taivoitteenani on kehittää teidän antamienne ideoiden avulla alustava sisäisen viestinnän suunnitelma lin Autokeitaalle.

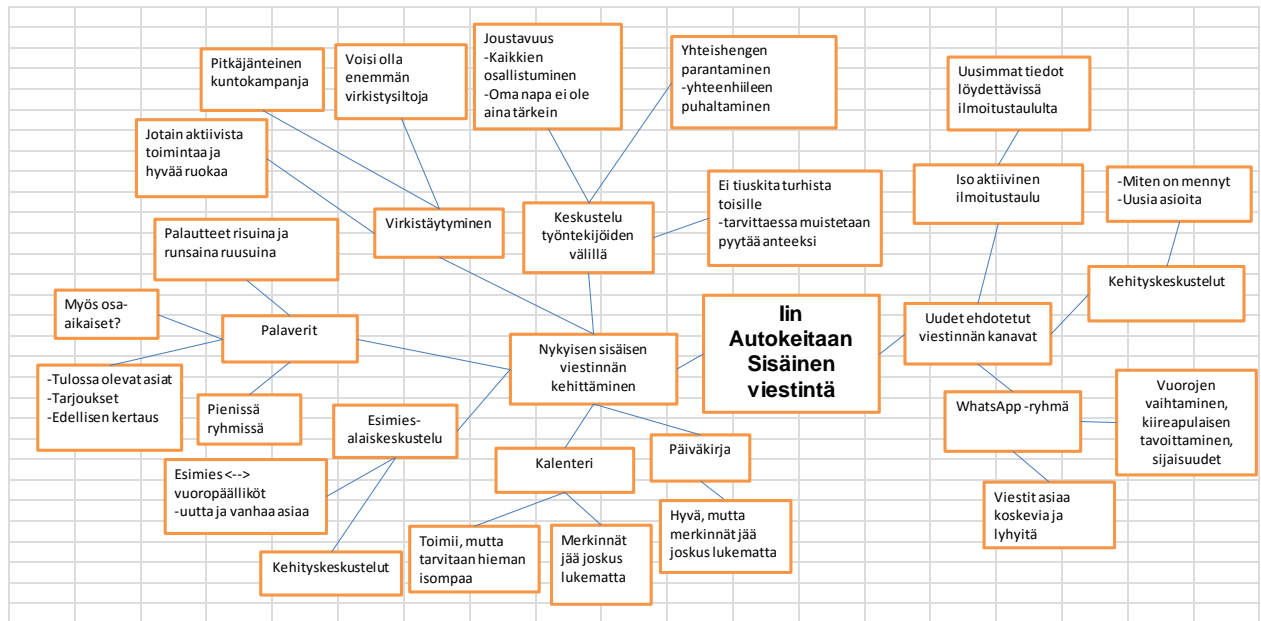
Selvitän mielipiteitänne ideariihen avulla. Ideariihessä jokainen voi vapaasti ideoida. Ideat kirjoitetaan post-it lapuille ja liimataan seinään. Ideariihi on myös samalla sisäisen viestinnän harjoitusta. Sitä voidaan käyttää jatkossakin suunnittellessa jotain yrityksen asioita. Ideariihi on kahvihuoneen seinällä viikon ajan 4.4-11.4. Sen jälkeen puran sen pois ja teen siitä yhteenvedon.

Toivon, että jokainen teistä osallistuisi suunnitteluun. Näin voitte osaltanne vaikuttaa työpaikkanne sisäisen viestinnän kehittämiseen. Tehdään siitä yhdessä toimivampaa!

KIITOS!

Terveisin Erika Lehtola

Liite 3.



Liite 4.

lin Autokeitaan sisäisen viestinnän suunnitelma 2016

	Milloin?	Mistä?	Kuka?	Haasteita/ Huomioitavaa
palaverit	kerran kuukaudessa	Ajankohtaiset asiat, edellisen kuukauden tulokset, tavoitteet kuulle kuukaudelle	esimies pitää työntekijöiden kanssa	hyvä järjestää kuukauden alussa, kaikkien mukaan pääsy haastavaa
kehityskeskustelut	kaksi kertaa vuodessa	palautteen antaminen molemmiin puolin, kehitysideoita, tavoitteita	esimiehen ja työntekijän kanssa kahden kesken, erityisesti eri osastojen päälliköt	molempien osapuolten valmistautuminen tärkeää
palautteen antaminen	aina kun siihen on tarvetta, usein	työntekijän onnistumiset sekä epäonnistumiset	esimies työntekijöille, työntekijät esimiehelle, työkaverit toisilleen	myönteistä annettava enemmän kuin kielteistä, aina perusteltua, annetaan henkilökohtaisesti
virikistäytyminen	kerran vuodessa (pikkujoulut)	vietetään aikaa yhdessä, me-hengen luominen	koko työporukan kesken, niin että mahdollisimman moni pääsisi	Autokeidas on auki joka päivä 6-23 → kaikkien mukaan pääseminen vaikeaa

Muita asioita:

- Muistetaan pitkän työuran tehnyttä työntekijää, esimerkiksi viiden vuoden välein jotenkin.
- Kehitetään työpaikalle yhteinen kuntokampanja, joka motivoisi kaikkia liikkumaan.
- Pidetään ilmoitustaulu aktiivisena. Tiedotetaan siinä esimerkiksi uusista tarjouksista ja muista tärkeistä asioista.
- WhatsApp –ryhmässä kysellään työntekijöitä jonkun sairastuessa tai kierreisenä päivänä.

Suunnitelmaa täytyy kehittää säännöllisesti toimivammaksi!